

**Propuesta Plan Estratégico de Responsabilidad Social Empresarial para la  
Empresa Sodimac Corona Homecenter en la Ciudad de Bogotá**

Anny Carolina Rodríguez

Juan Pablo Barbosa García

Nelson Fabian Basallo Soto

Tatiana Andrea Reyes

Asesor

Yolanda Núñez Pinzón

Universidad Nacional Abierta y a Distancia, UNAD

Escuela de Ciencias Administrativas, Contables, Económicas y de Negocios ECACEN

Administración de Empresas

2024

## Resumen

El presente trabajo analiza la implementación de la norma ISO 26000 en la empresa Sodimac Corona Homecenter en la ciudad de Bogotá, con el objetivo de identificar las principales falencias y proponer estrategias de mejora en su responsabilidad social empresarial (RSE). A través de un enfoque cuantitativo y cualitativo, se obtuvo información relevante de los stakeholders participantes, evaluando el cumplimiento de la norma en áreas clave como la transparencia en la toma de decisiones, la comunicación interna y externa, y la participación de los empleados en iniciativas de sostenibilidad.

El análisis de los datos reveló que la principal falencia de Sodimac es la falta de transparencia y comunicación efectiva, lo que genera desconfianza, baja participación en iniciativas de sostenibilidad y una percepción pública negativa. Para abordar estos problemas, se desarrolló un árbol de problemas que se transformó en un árbol de objetivos mediante la metodología de marco lógico. Con base en estos objetivos, se diseñó un plan de acción estratégico que incluye estrategias centradas en mejorar la comunicación interna, fortalecer la formación y la capacitación, e incrementar la participación y el compromiso de los empleados.

Este plan estratégico tiene como propósito no solo mejorar el desempeño de Sodimac en términos de sostenibilidad y responsabilidad social, sino también asegurar un impacto positivo en los grupos de interés y en la comunidad.

**Palabras clave:** Responsabilidad Social Empresarial (RSE), ISO 26000, transparencia, comunicación Interna, sostenibilidad.

### **Abstract**

This work analyzes the implementation of the ISO 26000 standard in the company Sodimac Corona Homecenter in the city of Bogotá, with the objective of identifying the main shortcomings and proposing improvement strategies in its corporate social responsibility (CSR). Through a quantitative and qualitative approach, relevant information was obtained from participating stakeholders, evaluating compliance with the standard in key areas such as transparency in decision making, internal and external communication, and employee participation in initiatives of sustainability.

The analysis of the data revealed that Sodimac main shortcoming is the lack of transparency and effective communication, which generates distrust, low participation in sustainability initiatives and a negative public perception. To address these issues, a problem tree was developed and transformed into an objective tree using logical framework methodology. Based on these objectives, a strategic action plan was designed that includes strategies focused on improving internal communication, strengthening education and training, and increasing employee participation and commitment.

The purpose of this strategic plan is not only to improve Sodimac performance in terms of sustainability and social responsibility, but also to ensure a positive impact on stakeholders and the community.

**Keywords:** Corporate Social Responsibility (CSR), ISO 26000, transparency, internal communication, sustainability.

## Tabla de contenido

Introducción .....	8
Objetivos .....	9
Conceptualización del Análisis de la Evolución del Pensamiento Estratégico y la Gestión de La RSE en El Entorno Organizacional Actual .....	10
Características, Elementos y Formas de Gestionar Estratégicamente la RSE. ....	13
Profundización acerca de RSE y Gestión Organizacional en Entornos Globalizados .....	16
Ensayo Producción Limpia y Consumo Sostenible.....	19
Importancia del Gobierno Corporativo en la Promoción de la Producción Limpia y el Consumo Responsable: Una Perspectiva Organizacional.....	19
Aplicación de Planificación Estratégica y RSE en SODIMAC .....	22
Criterios de Selección de la Empresa SODIMAC CORONA – HOMECENTER .....	22
Criterios de Selección del Investigador .....	23
Marco Institucional de SODIMAC Colombia .....	24
Aplicación del instrumento recolección de información a SODIMAC.....	27
Interpretación de los resultados.....	38
Gobernabilidad de las Organizaciones. ....	38
Derechos Humanos Igualdad de Oportunidades: .....	39
Prácticas Laborales Mecanismos de PQR.....	39
Medioambiente Control de Emisiones .....	40
Prácticas Operativas Justas Equidad y Transparencia.....	40
Preocupaciones del Consumidor Gestión de Calidad de los Productos o Servicios.....	41
Participación y Desarrollo de la Comunidad Programas para el Desarrollo.....	42

Análisis Diagnóstico de la ISO 26000: Estrategias para la Satisfacción y compromiso de los Grupos de Interés en SODIMAC .....	43
Identificación del Problema Central .....	43
Determinación de la Falencia más Importante.....	44
Evaluación cuantitativa de la implementación de la norma ISO 26000.....	45
Estrategias para Abordar el Problema Central.....	45
Árbol de Problemas .....	47
Identificación de Stakeholders y Análisis de Impacto.....	48
Árbol de Objetivos.....	52
Propósito (Objetivo General).....	53
Efectos Directos (Objetivos Específicos).....	53
Mapa estratégico .....	55
Perspectiva Financiera.....	57
Perspectiva del Cliente .....	57
Perspectiva de Procesos Internos.....	58
Perspectiva de Aprendizaje y Crecimiento .....	58
Plan Estratégico de RSE Basado en ISO 26000 para Trazabilidad Sostenible.....	59
Plan de Acción y de Seguimiento.....	59
Conclusiones .....	62
Recomendaciones... ..	63

### Lista de Tablas

<b>Tabla 1</b> <i>Línea de tiempo evolución del pensamiento estratégico</i> .....	11
<b>Tabla 2</b> <i>Criterios de selección de la empresa Sodimac</i> .....	22
<b>Tabla 3</b> <i>Aplicación del instrumento de recolección de información SODIMAC</i> .....	30
<b>Tabla 4</b> <i>Porcentaje de cumplimiento Sodimac</i> .....	46
<b>Tabla 5</b> <i>Cuadro de stakeholders</i> .....	49
<b>Tabla 6</b> <i>Plan de acción y seguimiento</i> .....	61

## Lista de Figuras

<b>Figura 1</b> <i>Poster gobierno corporativo</i> .....	17
<b>Figura 2</b> <i>Poster gobierno corporativo 2</i> .....	17
<b>Figura 3</b> <i>Organigrama general SODIMAC</i> .....	26
<b>Figura 4</b> <i>Árbol de problemas</i> .....	47
<b>Figura 5</b> <i>Árbol de objetivos</i> . .....	52
<b>Figura 6</b> <i>Mapa estratégico</i> .....	56

## **Introducción**

Actualmente, la sostenibilidad y la responsabilidad social empresarial (RSE) son esenciales para el éxito y la reputación de las organizaciones. Este trabajo evalúa la implementación de la norma ISO 26000 en Sodimac Corona Homecenter en Bogotá, identificando deficiencias y proponiendo mejoras.

El análisis se centra en tres áreas clave: transparencia en la toma de decisiones, comunicación interna y externa, además de la participación de los empleados en iniciativas de sostenibilidad. Se detectaron problemas significativos en la falta de transparencia y comunicación, lo que genera desconfianza y baja participación en sostenibilidad.

Para abordar estos problemas, se desarrolló un plan estratégico basado en la mejora de la comunicación interna, la formación y capacitación, además del aumento de la participación y compromiso de los empleados. Este plan busca no solo mejorar el desempeño en sostenibilidad de Sodimac, sino también asegurar un impacto positivo en los grupos de interés y la comunidad.

En resumen, este estudio ofrece un diagnóstico preciso y recomendaciones prácticas para que Sodimac fortalezca su responsabilidad social y contribuya al desarrollo sostenible.

## **Objetivos**

### **Objetivo General**

Diseñar un plan de acción de responsabilidad social empresarial, alineado con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) basados en la norma ISO 26000, en la empresa Sodimac Colombia S.A, sede Bogotá.

### **Objetivos Específicos**

Realizar un análisis situacional del estado actual de aplicación de la norma ISO 26000 en la empresa Sodimac, identificando la percepción de la responsabilidad social empresarial de los diferentes stakeholders relacionados con la empresa.

Desarrollar un árbol de problemas y convertirlo en un árbol de objetivos aplicando la metodología de marco lógico, definiendo los principales factores que intervienen en la aplicación de la norma ISO 26000.

Diseñar un plan de acción con actividades concretas para fortalecer la aplicación de la norma ISO 26000 de responsabilidad social empresarial, alineado con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).

## **Conceptualización del Análisis de la Evolución del Pensamiento Estratégico y la Gestión de La RSE en El Entorno Organizacional Actual**

El pensamiento estratégico en las empresas ha cambiado considerablemente a lo largo del tiempo, influenciado por variaciones económicas, tecnológicas y sociales. Es crucial comprender esta evolución para situar el análisis actual de la responsabilidad social empresarial (RSE) dentro de un contexto histórico adecuado. La línea de tiempo que se muestra a continuación, proporciona una visión de los hitos más relevantes en el desarrollo del pensamiento estratégico, desde sus comienzos en la era industrial hasta las tendencias modernas que destacan la sostenibilidad y la responsabilidad social.

Esta evolución muestra cómo las estrategias empresariales han transitado de enfoques centrados únicamente en los beneficios a corto plazo a enfoques más integrales que consideran el impacto social y ambiental a largo plazo. Con el tiempo, las empresas han adoptado prácticas más sofisticadas y sostenibles, reconociendo la importancia de la ética, la transparencia y la responsabilidad social para construir una reputación sólida y duradera.

La tabla 1 línea de tiempo evolución del pensamiento estratégico resume la evolución de los principales enfoques estratégicos adoptados en diferentes épocas y cómo estos han influido en la gestión empresarial actual. Esta perspectiva histórica es vital para entender cómo se encuentra posicionada actualmente Sodimac y los pasos necesarios para mejorar su RSE.

**Tabla 1**

*Línea de tiempo evolución del pensamiento estratégico.*

Línea de tiempo evolución del pensamiento estratégico		
Siglo XVIII	1759	Adam Smith introduce la idea de separación entre la espera económica y social
Siglo XIX	1920	Comienza la primera etapa de la evolución del pensamiento estratégico enfocada en la planificación financiera.
Siglo XIX	Revolución Industrial	El pensamiento estratégico se expandió al ámbito empresarial. Las empresas empezaron a adoptar estrategias para competir en mercados emergentes y administrar sus recursos eficientemente.
Siglo XX	1950	Empieza una etapa centrada en la planeación financiera a largo plazo y la predicción del futuro por medio de múltiples escenarios.
	1952	Galbraith cuestiona la idea de mercados competitivos y señala la tendencia hacia mercados oligopólicos
	1962	Friedman menciona la existencia de mercados imperfectos en contraste con la teoría económica clásica
	1965	Ansoff desarrolla la escuela de planeación, esta utiliza un sistema formal de planeación estratégica.
	1980	Porter introduce la escuela del posicionamiento, centrada en la estructura del mercado y las fuerzas competitivas.
	1990	La estrategia empresarial se formalizó como un campo de estudio mientras que el pensamiento estratégico dentro del contexto militar y político continuó en evolución.
	1995	Guédez destaca la importancia de los objetivos en una organización: "La necesidad de tener objetivos es evidente; estos proporcionan un sentido de dirección a las personas de la organización."

	1997	Mintzberg et ál. definen la estrategia como un plan coherente de acciones: "Una estrategia, según Mintzberg et ál. (1997), es el patrón o plan que integra las principales metas y políticas de una organización y, a la vez, establece la secuencia coherente de las acciones a realizar
	1999	Thompson y Stricklan plantean la importancia de la actitud gerencial estratégica y el propósito estratégico en la dirección de una organización (Thompson y Stricklan, 1999).
Siglo XXI	2000	Vivas explora la dimensión del pensamiento estratégico en la cultura organizacional, destacando la importancia de la visión global, el carácter proactivo, el énfasis en valores, la promoción del negocio y la adaptación al cambio
	2005	Álvarez y Kuratomi discuten la importancia del aprendizaje organizacional en la formación de estrategias (Álvarez y Kuratomi, 2005).
	2011	Pigé aboga por la reintroducción de la ética en la gobernanza de las organizaciones
	Actualidad	En esta etapa se concentra en el aprendizaje de la empresa, el análisis del ambiente empresarial y la formulación de estrategias basadas en la misión, objetivos estratégicos y ventajas competitivas.

*Nota.* Esta tabla muestra una línea de tiempo de tiempo evolución del pensamiento estratégico desde el Siglo XVIII hasta la actualidad. *Fuente.* Elaboración propia.

## **Características, Elementos y Formas de Gestionar Estratégicamente la RSE**

La gestión estratégica de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) es un proceso complejo que requiere integrar prácticas éticas y sostenibles en todas las áreas de una empresa. Este enfoque no se limita solo a cumplir con regulaciones y normas éticas básicas; implica un compromiso continuo para operar de manera responsable, considerando el impacto de las operaciones de la compañía en la sociedad y el medioambiente.

En primer lugar, la RSE debe estar incorporada tanto en la visión como en el propósito de la organización. Esto quiere decir que las empresas deben definir qué tipo de impacto desean tener en la sociedad y el medio ambiente, y luego desarrollar estrategias para alcanzar esos objetivos. Esta integración necesita un enfoque global que tenga en cuenta el ambiente en el que opera la empresa, así como en las necesidades y expectativas de sus partes, incluyendo todos los grupos de interés.

Una vez que la RSE está integrada en la estrategia corporativa, es esencial comprometerse activamente con las partes interesadas clave. Esto implica escuchar sus preocupaciones, obtener retroalimentación sobre las iniciativas de RSE y colaborar en la búsqueda de soluciones sostenibles. El compromiso con las partes interesadas es crucial para construir relaciones de confianza y legitimidad, así como para identificar oportunidades de colaboración que sean beneficiosas para ambas partes.

Además, la gestión estratégica de la RSE requiere el establecimiento de métricas e indicadores como los KPIs para calcular el impacto de las iniciativas de responsabilidad social y asegurar la rendición de cuentas. Es importante medir y reportar de manera transparente cómo se desempeña la compañía en lo que respecta a la RSE, tanto para mantener la confiabilidad de la empresa como para identificar áreas de mejora.

La dirección estratégica de la RSE necesita una visión proactiva hacia la innovación y la mejora continua. Las empresas deben buscar constantemente nuevas formas de reducir el impacto ambiental que puedan tener, brindar excelentes condiciones laborales, apoyar la diversidad y la inclusión, además de trabajar por el desarrollo socioeconómico de las comunidades dentro de las cuales operan. Esto puede incluir la adopción de tecnologías más limpias, el desarrollo de prácticas laborales más justas y equitativas, y la participación en proyectos de desarrollo comunitario, entre otras iniciativas.

En resumen, la dirección estratégica de la RSE es un mecanismo completo que necesita un compromiso firme por parte de las empresas para operar de manera ética y sostenible. Al integrar la RSE en la estrategia corporativa, comprometerse con quien esté interesado, medir y reportar de manera transparente cómo se desempeña, y buscar constantemente la innovación y la mejora, las empresas pueden generar un impacto positivo social y medioambientalmente, al mismo tiempo que generan valor para sus accionistas.

Los elementos clave de la RSE incluyen el integrar de la responsabilidad social en la estrategia empresarial, el establecimiento de metas y objetivos claros, la asignación de recursos adecuados, la medición del impacto y la comunicación transparente de las acciones y resultados. Esto puede englobar iniciativas como la implementación de políticas de sostenibilidad, la colaboración en proyectos comunitarios y la colaboración con partes interesadas.

Las características de la RSE implican acciones que van mucho más allá de lo legal, con una perspectiva encaminada en el impacto ambiental y social. La RSE es transparente, ética y busca generar valor para la organización y para la sociedad.

Finalmente, las formas de dirección estratégica de la RSE incluyen integrarla en las tácticas empresariales, establecer metas claras, asignar recursos adecuados, medir el impacto y

transmitir de manera transparente lo que hará y cuáles son los resultados. Esto puede incluir políticas de sostenibilidad, participación en proyectos comunitarios y colaboración con partes interesadas, además de tener en cuenta el impacto de las decisiones que toma la empresa en la sociedad y el medioambiente en el largo plazo.

## **Profundización acerca de RSE y Gestión Organizacional en Entornos Globalizados**

La creciente preocupación por el impacto ambiental de las actividades humanas ha llevado a un interés significativo en la producción limpia y el consumo sostenible. Estos conceptos vitales en lo que respecta el desarrollo sostenible buscan minimizar los efectos negativos sobre el medio ambiente y promover un uso adecuado del recurso natural. Eccles (2011) destaca que estos enfoques no solo determinan el rumbo empresarial, sino que también influyen significativamente en su responsabilidad social y ambiental. Desde la alta dirección hasta las operaciones cotidianas, el gobierno corporativo establece un marco crucial para abordar los desafíos ambientales actuales.

El gobierno corporativo sostenible, que considera lo que requieren de todas las partes, nace como un pilar fundamental para promover tanto la producción limpia como el consumo consciente en las empresas. Freeman (1984) argumenta que este enfoque ampliado reconoce la interdependencia de la empresa con su entorno y la importancia de una gestión responsable y sostenible. Su hipótesis de los Stakeholders resalta lo importante de considerar las demandas de todas las partes, incluyendo al medio ambiente, en las decisiones corporativas.

La Figura 1 ilustra un póster de gobierno corporativo, destacando los aspectos importantes y los impactos positivos de una buena gobernanza en la sociedad. Este póster resalta cómo un enfoque de gobierno corporativo sólido puede fomentar la transparencia, la ética y la responsabilidad en la gestión empresarial, elementos clave para impulsar la producción limpia y el consumo responsable.

Figura 1

## Poster gobierno corporativo



*Nota.* Este Poster brinda una visión general del origen del gobierno corporativo, sus estrategias y principales características. *Fuente.* Elaboración propia.

Figura 2

## Poster gobierno corporativo 2

VENTAJAS

**1**

**Transparencia:** Exponer de manera puntual temas estratégicos a grupos de interés aumenta la claridad y facilita la identificación de errores.

**2**

**Responsabilidad:** Garantiza independencia y autoridad equitativa entre Consejo de Administración, Alta Dirección, Accionistas y Comités.

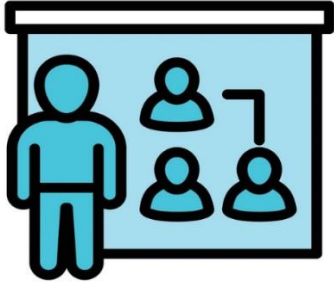
**3**

**Rendición de cuentas:** Incorporar prácticas de Gobierno Corporativo aumenta el valor de la empresa, atrayendo inversionistas que buscan rentabilidad a largo plazo.


**4**

La estructura del Gobierno Corporativo distribuye responsabilidades para un manejo seguro de la información, reduciendo riesgos de fuga o filtración de datos.

El gobierno corporativo se refiere a cómo se estructuran y gestionan las empresas para garantizar que los intereses de todas las partes involucradas. El gobierno corporativo no solo es vital para el éxito empresarial, sino que también es una fuerza poderosa para el bienestar humano. Promueve la creación de empleo, la innovación responsable y la contribución positiva a la sociedad en general.




CONTRIBUCIONES AL BIENESTAR HUMANO




- Creación de Empleo: Generación de oportunidades laborales estables y dignas.
- Desarrollo Profesional: Promoción del crecimiento y la capacitación de los empleados.
- Innovación y Calidad: Desarrollo de productos y servicios que mejoran la vida de las personas.
- Responsabilidad Social: Apoyo a comunidades locales y programas de desarrollo sostenible.
- Ética Empresarial: Prácticas empresariales basadas en valores y principios éticos.

**Aspectos claves para la empresa y la sociedad**


**Ru**enas prácticas




**confianza**




**compromiso**




**participación**



**comunicación**



**transparencia**



Soto, D. & Soto, D. (Il.). (2016). Gobierno corporativo y ética de los negocios. RIL editores, 17-64. <https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/67587?page=17>

Fernández Izquierdo, M. Á. (2014). El gobierno corporativo como motor de la responsabilidad social corporativa. Universitat Jaume I. Servei de Comunicació i Publicacions, 18-50. <https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/53258?page=18>.

Tabra Ochoa, E. P. (2015). Solidaridad y gobierno corporativo de la empresa: una mirada a los organismos internacionales. J.M. BOSCH EDITOR, 10-28. <https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/131478?page=10>

*Nota.* Este Poster brinda una visión general de los aspectos importantes del gobierno corporativo y sus impactos positivos en la sociedad. *Fuente.* Elaboración propia.

## **Ensayo Producción Limpia y Consumo Sostenible**

### ***Importancia del Gobierno Corporativo en la Promoción de la Producción Limpia y el Consumo Responsable: Una Perspectiva empresarial***

La creciente preocupación por el impacto ambiental de las actividades humanas ha llevado a un interés significativo en la producción limpia y el consumo sostenible. Estos conceptos, vitales en lo que respecta al desarrollo sostenible, buscan minimizar los efectos negativos sobre el medio ambiente y promover un uso adecuado del recurso natural. Eccles (2011) destaca que estos enfoques no solo determinan el rumbo empresarial, sino que también influyen significativamente en su responsabilidad social y ambiental. Desde la alta dirección hasta las operaciones cotidianas, el gobierno corporativo establece un marco crucial para abordar los desafíos ambientales actuales.

El gobierno corporativo sostenible, que considera lo que requieren de todas las partes, nace como un pilar fundamental para promover tanto la producción limpia como el consumo consciente en las empresas. Freeman (1984) argumenta que este enfoque ampliado reconoce la interdependencia de la empresa con su entorno y la importancia de una gestión responsable y sostenible. Su hipótesis de los Stakeholders resalta lo importante de considerar las demandas de todas las partes, incluyendo al medio ambiente, en las decisiones corporativas.

La producción limpia relaciona la implementación de estrategias preventivas y prácticas ambientales integradas en los procesos de fabricación y servicios para reducir riesgos ambientales y mejorar la eficiencia. Según el Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA), dicha producción implica la reducción de contaminación en su origen, mejorar racionalmente el uso de los recursos y la minimización de los residuos y emisiones (PNUMA, 2001).

Para fomentar el consumo responsable, Leonard (2010) señala la necesidad de desarrollar productos sostenibles y promover campañas de sensibilización que cambien el comportamiento del consumidor hacia prácticas más responsables. Además, Hawken (2007) argumenta que políticas y normativas adecuadas son esenciales para incentivar el acogimiento de prácticas sostenibles por parte de las organizaciones.

La ética empresarial y la reputación también juegan un papel crucial. Carroll (1979) destaca que las empresas éticas comprometidas con la sostenibilidad no solo mejoran su reputación, sino que también forjan relaciones más sólidas con clientes y otros stakeholders. Porter y Kramer (2011) demuestran que las empresas que tienen en cuenta la sostenibilidad en su planificación, obtienen mejores resultados financieros a largo plazo.

La inversión responsable es otro aspecto importante. Sustainalytics (2020) indica que cada vez más inversionistas institucionales valoran criterios ambientales, sociales y de gobernanza (ASG) al tomar decisiones de inversión. Por otro lado, el IPCC (2018) advierte sobre los riesgos económicos y ambientales del cambio climático, instando a las empresas a tomar medidas para mitigar sus impactos.

El modelo de economía circular, promovido por la Fundación Ellen MacArthur (2012), busca utilizar los recursos de manera más eficiente y minimizar el desperdicio. Además, la norma ISO 26000 (2010) proporciona directrices sobre responsabilidad social que las empresas pueden adoptar para mejorar su desempeño ambiental y social.

En conclusión, la integración del consumo sostenible y la producción limpia, es esencial para avanzar hacia un desarrollo verdaderamente sostenible. Estos enfoques no solo contribuyen a la protección del medio ambiente, sino que también ofrecen beneficios económicos y sociales significativos. Las empresas y los consumidores desempeñan un papel fundamental en este

proceso, adoptando prácticas y comportamientos que promuevan la sostenibilidad y minimicen los impactos negativos sobre nuestro planeta. Las diversas investigaciones respaldan la efectividad de estas estrategias, subrayando la necesidad de una transición global hacia prácticas más responsables y sostenibles.

## Aplicación de Planificación Estratégica y RSE en Sodimac

### Criterios de Selección de la Empresa Sodimac Corona – Homecenter

Para llevar a cabo un análisis profundo y relevante sobre la responsabilidad social empresarial (RSE) según la norma ISO 26000, es importante seleccionar una empresa que no solo tenga un impacto significativo en su sector, sino que también muestre un compromiso activo con la sostenibilidad y la ética corporativa. En este contexto, la selección de la empresa Sodimac objeto de estudio, se basa en criterios específicos que aseguran la pertinencia y relevancia del análisis. Estos criterios permiten asegurar que el análisis se realice sobre una base sólida y representativa, proporcionando resultados y recomendaciones aplicables y relevantes para la mejora de la RSE en la empresa.

**Tabla 2**

*Criterios de selección de la empresa Sodimac.*

Empresa	Posibilidad de acceso (1-5)	Direccionamiento estratégico (1-5)	Facilidad de evaluación ISO 26000 (1-5)	Puntaje Total
Industrias La Estampida S A S	3	3	3	9
Comercializadora Baldini S. A	3	4	4	11
Metro Bogotá	4	4	4	12
Sodimac	4	5	5	14

*Nota.* En esta tabla se presentan los criterios detallados que fundamentaron la selección de Sodimac para este estudio con puntaje de 1 a 5 siendo 5 el puntaje más alto.

Compromiso con la responsabilidad social: La empresa tiene una clara misión y visión que reflejan su compromiso con la responsabilidad social y ambiental. SODIMAC cuenta con un departamento de responsabilidad social empresarial corporativa (RSE) dedicado, lo cual asegura que hay una estructura organizada para implementar y supervisar iniciativas de RSE.

Estructura organizacional: La empresa tiene una estructura organizacional sólida y bien definida, lo cual facilita la implementación de prácticas de RSE de acuerdo con la norma ISO 26000.

Cobertura y diversidad de actores: Sodimac tiene una amplia cobertura y diversidad en términos de ubicaciones y actores (empleados, clientes, proveedores), lo cual permite una evaluación integral y diversa de sus prácticas de responsabilidad social.

Valores alineados con la norma ISO 26000: Los valores corporativos de SODIMAC, como el respeto, la excelencia, la integridad y la responsabilidad, están alineados con los principios de la norma ISO 26000.

Impacto en el mercado: La empresa tiene una presencia significativa en el mercado de mejoramiento del hogar y construcción, lo cual hace relevante y significativa la evaluación de sus prácticas de RSE.

### **Criterios de Selección del Investigador**

Experiencia laboral: Tatiana Reyes tiene experiencia laboral como proveedora de Sodimac, lo que le otorga una visión única sobre la empresa y sus operaciones.

Conocimiento directo de prácticas operativas: Su rol como proveedora le permite evaluar aspectos relacionados con prácticas operativas justas, gestión de proveedores y transparencia en las relaciones comerciales.

Visión integral de la experiencia del cliente: Como consumidora de los productos y servicios

de Sodimac, Tatiana puede evaluar la calidad de los productos, la atención al cliente, y la protección de datos desde la perspectiva del cliente.

**Acceso a información pública:** Tatiana ha observado la disponibilidad de información pública en algunos stands de Sodimac, lo cual facilita la evaluación de sus prácticas y políticas de responsabilidad social con datos concretos y verificables.

**Comprensión del marco institucional:** Su conocimiento del marco institucional de la empresa, incluyendo su estructura organizacional, misión, visión, valores y compromiso con la responsabilidad social, permite contextualizar sus evaluaciones e identificar áreas de fortaleza y oportunidad de mejora.

### **Marco Institucional de Sodimac Colombia**

#### **Nombre de la Empresa: Sodimac Corona – Homecenter**

Sodimac Colombia es una empresa internacional con una participación del 51% de la organización Corona y el 49% de Falabella de Chile. Establecida en 1993, inauguró su primer almacén HOMECENTER Américas y se ha expandido como una gran cadena de mejoramiento del hogar en Colombia. Corona, con más de 125 años de historia, tiene presencia internacional y produce loza, porcelana sanitaria, cerámica, grifería y materias primas para la industria cerámica. Exporta a 37 países y opera en el retail con almacenes Corona y su participación en Sodimac Colombia. Además, cuenta con plantas en Estados Unidos y oficinas en China. Corona se distingue por su gestión estratégica avanzada, administración eficiente y una cultura centrada en el respeto y desarrollo de las personas. Es uno de los grupos económicos más grandes y tradicionales de Colombia.

#### **Sector. Retail**

**Ubicación.** Sodimac está consolidada en 25 ciudades del país, con un total de 40

almacenes, 3 centros de distribución, bodegas alternas, 1 call center y 1 Oficina de Apoyo a Tiendas.

**Misión.** Satisfacer integralmente las necesidades de mejoramiento del hogar, construcción y decoración, ofreciendo una propuesta de valor innovadora y con un servicio de excelencia que contribuya a mejorar la calidad de vida de sus clientes.

**Visión.** SODIMAC quiere ser reconocidos como la mejor y más confiable opción en el mercado de mejoramiento del hogar y construcción en América Latina, liderando con responsabilidad social y ambiental.

**Valores.** los valores corporativos son esenciales y expresan el resumen de lo que es SODIMAC son:

**Respeto.** fomentar alegría, ser sencillos y respetuosos con todas las personas, respetar la diversidad, confiar y escuchar.

**Excelencia.** Mantener un firme compromiso con la calidad, el servicio y la satisfacción del cliente. Hacemos las cosas bien, colaborar, innova y ser mejor cada día.

**Integridad.** Actuar con honestidad y transparencia en todas nuestras operaciones.

**Responsabilidad.** somos responsables en todas nuestras relaciones, y nos hacemos cargo de todo lo que hacemos y de los impactos positivos y negativos que generamos.

### **Estructura Organizacional**

Las principales funciones de gobierno corporativo de SODIMAC son:

Gerencia General. Lidera la empresa y establece la estrategia corporativa.

Departamento de Finanzas. Maneja la contabilidad, el presupuesto y la gestión financiera.

Departamento de Recursos Humanos Se encarga de la gestión del personal, la capacitación y el desarrollo profesional.

Departamento de Operaciones. Supervisa la logística, el abastecimiento y la gestión de inventarios.

Departamento de Marketing. Diseña e implementar estrategias de marketing y comunicación. Departamento de Ventas: Gestiona las ventas y la atención al cliente en lastiendas.

Departamento de Responsabilidad Social Corporativa (RSC): Implementa y supervisa las iniciativas de RSC, alineadas con la norma ISO 26000.

### Figura 3

*Organigrama general Sodimac*



*Nota.* Esta información fue tomada de tomado de Sodimac. informe de ejercicio 2022.

## **Aplicación del Instrumento Recolección de Información a SODIMAC**

En el contexto de la evaluación de la responsabilidad social empresarial (RSE) según la norma ISO 26000, es esencial identificar y medir el cumplimiento de diversas materias fundamentales. Estas materias incluyen aspectos críticos como la gobernabilidad de las organizaciones y la participación de las partes interesadas.

La tabla que se presenta a continuación detalla los indicadores utilizados para evaluar estas materias, las preguntas específicas formuladas para obtener datos relevantes y los instrumentos y poblaciones objeto de estudio empleados en la recolección de información.

**Tabla 3***Aplicación del instrumento de recolección de información SODIMAC*

Materia Fundamental	Indicadores	Preguntas	Población objeto de estudio	Respuestas
Gobernabilidad de las organizaciones	Número de políticas y procedimientos documentados y accesibles.	¿Cómo se asegura la transparencia en los procesos de toma de decisiones dentro de la empresa?	Área administrativa Gerentes de tienda, gerentes de departamento, directores de área.	<p>Para asegurar la transparencia en los procesos de toma de decisiones SODIMAC Colombia, se tienen diversas estrategias y mecanismos.</p> <p>Participación de las partes Interesadas:</p> <p>La empresa realiza encuestas trimestrales a sus empleados y clientes para recopilar opiniones y sugerencias sobre decisiones estratégicas. Además, ha establecido comités de trabajo que incluyen representantes, empleados, proveedores y otros interesados clave.</p> <p>Comunicación Transparente: SODIMAC Colombia envía boletines mensuales y organiza reuniones informativas para comunicar las decisiones importantes y los cambios en políticas. También mantiene un portal de transparencia donde se publican informes y actualizaciones regulares.</p> <p>Auditorías Internas: La empresa realiza auditorías internas cada seis meses y publica un resumen de los resultados y las acciones correctivas implementadas en su sitio web corporativo.</p>

---

				<p>Acceso a Información:          Los empleados tienen acceso a un sistema de gestión de información donde pueden consultar datos clave y documentos relevantes para comprender las decisiones tomadas a nivel estratégico.          Así como también Mesas de trabajo. Informes y documentos de          Gestión al igual al hacer públicos los informes financieros detallados y realizar presentaciones periódicas sobre el estado financiero de la empresa.</p>
Gobernabilidad de las organizaciones	Incremento en la Utilidad Neta: Porcentaje de aumento en la utilidad neta respecto al año anterior.	¿Qué estrategias se tienen para garantizar la sostenibilidad a largo plazo de la empresa?	Área administrativa Gerentes de tienda, gerentes de departamento y directores de área.	<p>Sodimac Publica anualmente un informe de sostenibilidad que detalla sus avances y desafíos en materia de responsabilidad social y ambiental, además de mantener un código de ética riguroso.</p> <p>SODIMAC Colombia alcanzó ventas netas de 5 billones de pesos, con un incremento del 73.3% en el EBITDA y un aumento del 101% en la utilidad neta.</p> <p>Se quiere fortalecer en la integración digital y física, desarrollando de nuevas funcionalidades en la App Homecenter (como "Escanea y Paga" y "Agiliza tu Devolución") y <u>mejoramiento de la experiencia de compra omnicanal.</u></p>

---

Derechos humanos	Satisfacción del Empleado: Medición de la satisfacción del empleado respecto a las oportunidades de desarrollo profesional y personal, mediante encuestas.	¿Qué medidas se toman en SODIMAC para garantizar la igualdad de oportunidades en el lugar de trabajo?	Empleados: Asistentes de ventas, cajeros, personal de almacén.	<p>Desarrollo y capacitación: Implementa un proceso de seguimiento al desarrollo profesional y personal de todos los colaboradores, sin discriminación. Los procesos de evaluación de desarrollo y desempeño son iguales para todos los niveles de cargos, permitiendo una medición equitativa.</p> <p>Capacitación universal: Ofrece escuelas y cursos de formación interna que cubren al 100% de los colaboradores, proporcionando herramientas y fomentando el aprendizaje de manera transversal.</p> <p>Igualdad en Beneficios: El portafolio de beneficios de Sodimac, que apoya el desarrollo profesional, es accesible por igual tanto para mujeres como para hombres.</p> <p>Promociones Objetivas: Las oportunidades de promoción se anuncian abiertamente y se elige al mejor candidato o candidata bajo criterios objetivos basados en la experiencia, conocimientos y habilidades para el cargo, independientemente de características personales como el género.</p>
------------------	--	---	--	---

---

Derechos humanos	Horas de Capacitación en Diversidad e Inclusión: Totalde horas dedicadas a la formación de empleados en temas de diversidad, equidad e inclusión.	¿Qué acciones específicas tiene Sodimac para prevenir la discriminación y promover la inclusión?	Empleados: Asistentes de ventas, cajeros, personal de almacén.	SODIMAC ha desarrollado un Manual Corporativo de Marca que incluye directrices claras sobre el uso de lenguaje inclusivo en todas las comunicaciones. Este manual se aplica tanto a la comunicación interna como a la externa, asegurando que todos los mensajes sean respetuosos y no promuevan estereotipos ni discriminación.  También se llevan a cabo talleres y sesiones de formación para empleados sobre el uso de lenguaje inclusivo y la importancia de evitar términos discriminatorios en todas las formas de comunicación.
				2. Políticas de no discriminación
				Política de no discriminación y diversidad:
				SODIMAC tiene una política formal que prohíbe cualquier forma de discriminación basada en género, raza, orientación sexual, discapacidad, religión, edad, o cualquier otra característica personal. Esta política es comunicada a todos los empleados y se aplica estrictamente.
				Procedimientos de Quejas y Denuncias: La empresa ha establecido mecanismos claros para que los empleados puedan reportar cualquier incidente de discriminación de manera confidencial y sin temor a represalias.

Prácticas laborales	Resultados de Encuestas de Clima Laboral Resultados de encuestas internas	¿Qué mecanismos existen para recibir y gestionar las sugerencias y quejas de los empleados?	Empleados: Asistentes de ventas, cajeros, personal de almacén.	<p>En Sodimac se garantizan mecanismos para atender y resolver incumplimientos relacionados con temas de género sean legítimos, accesibles y que dispongan de un procedimiento de actuación claro y conocido los cuales son:</p> <p>Mesa de diálogo de Diversidad e Inclusión. Comité de ética. Comité de convivencia laboral.</p> <p>Línea ética para colaboradores/as (correo electrónico y teléfono). Línea de atención a proveedores (correo electrónico y teléfono).</p> <p>Recepción de quejas y reclamos por parte de los centros de servicio para atención al cliente</p>
Prácticas laborales	Participación en Programas de Bienestar: Porcentaje de empleados que participan en actividades de bienestar como clases de yoga, meditación, y sesiones de manejo del estrés.	¿Tienen actividades de integración para los empleados?	Empleados: Asistentes de ventas, cajeros	<p>Sí, SODIMAC tiene varias actividades de integración para sus empleados diseñadas para fomentar un ambiente de trabajo inclusivo, colaborativo y motivador.</p> <p>Jornadas de Integración: Un evento anual donde los empleados participan en actividades al aire libre como competencias deportivas, juegos de equipo y dinámicas recreativas.</p> <p>Día de la Familia: Un evento donde los empleados pueden traer a sus familias para disfrutar de un día lleno de actividades, comida y entretenimiento.</p> <p>Fiestas de Fin de Año: Celebraciones anuales donde se reconocen los logros del año, se premian a los empleados destacados y se disfruta de una fiesta con música, comida y actividades recreativas.</p> <p>Programa de Bienestar: Ofrecimiento regular de clases de yoga, sesiones de mindfulness y charlas sobre salud mental y bienestar.</p> <p>Semana de la Diversidad: Una semana dedicada a celebrar la diversidad dentro de la empresa con eventos educativos, charlas inspiradoras y actividades culturales.</p>

Medio ambiente	Tasa de Reciclaje: Porcentaje de residuos sólidos generados que se reciclan en lugar de ser enviados a vertederos.	7. Qué iniciativas tiene la empresa para promoverla sostenibilidad y la conservación de recursos?	Empleados: Asistentes de ventas, cajeros, personal de almacén.	SODIMAC ha implementado varias iniciativas para promover la sostenibilidad y la conservación de recursos. Estas iniciativas están diseñadas para reducir el impacto ambiental de las operaciones de la empresa y contribuir al desarrollo sostenible Estrategias y acciones para: Prevenir, Minimizar, Mitigar, Compensar, estas son: Medición de la huella hídrica y su compensación. Sistemas de tratamiento aguas residuales. Casa Eco Racionalización bolsas plásticas y potencialización de empaques endiferentes productos comercializados. Medición, reducción y compensación huella de carbono. Construcciones sostenibles:prácticas verdes. Transporte eficiente de productos.
	Reducción de Emisiones: Porcentaje de reducción de emisiones de GEI en comparación con un año base.			
Medio ambiente	Emisiones de GEI: Toneladas de CO2 equivalente emitidas por año, monitoreadas a través de mediciones regulares y análisis de la huella de carbono.	¿Qué metas específicas de reducción de emisiones tiene la empresa y cómo se están alcanzando?	Área administrativa Gerentes de tienda, gerentes de departamento, directores de área.	Alguna de las metas específicas que tiene Sodimac son: Reducción de Emisiones de Gases de Efecto Invernadero (GEI) implementando medidas de eficiencia energética, como la optimización de la iluminación, el uso de tecnologías más eficientes y la gestión de la climatización en las tiendas y centros de distribución. Eficiencia en la Cadena de Suministro: Reducir las emisiones asociadas con la cadena de suministro en un 15% para el año 2023, mediante la optimización de rutas de transporte y la selección de proveedores con prácticas ambientales sostenibles.

Prácticas operativas justas	Índice de Retención de Proveedores: Porcentaje de proveedores que continúan trabajando con la empresa después de un período de tiempo	¿Cómo se manejan las prácticas de compra y contratos para asegurar la equidad y transparencia?	Área administrativa Gerentes de tienda, gerentes de departamento, director de área.	Políticas Claras y Transparentes: En Sodimac se establecen políticas de compra y contratación claras, transparentes y accesibles para todos los interesados, incluidos los proveedores potenciales. Las mismas son publicadas principalmente en el sitio web e Intranet.
Prácticas operativas justas	Porcentaje de Proveedores Cumpliendo con Criterios de Sostenibilidad	¿Qué criterios de sostenibilidad se consideran en el proceso de selección de proveedores?	Proveedores de materiales construcción, servicios logísticos	Se Verifica que el proveedor cumpla con todas las leyes y regulaciones aplicables en las áreas donde opera, incluyendo normativas laborales, ambientales, de salud y seguridad ocupacional. Prohibir el trabajo infantil. Documentos al día, con pagos de impuestos vigentes

Preocupación del consumidor	<p>% de clientes quedan una puntuación de 9 o 10 en una escala de 0 a 10.</p> <p>Indicador: (Número de productos devueltos / Total de productos vendidos) * 100</p>	<p>¿Cómo se mide y gestiona la calidad de los productos y servicios ofrecidos?</p>	<p>Área administrativa Gerentes de tienda, gerentes de departamento, directores área.</p>	<p>En SODIMAC, la calidad de los productos y servicios ofrecidos se mide y gestiona a través de un conjunto integral de estrategias y herramientas centradas en la innovación, el análisis de datos y la mejora continua como son:</p> <p>Medición de la Calidad Encuestas de Satisfacción del Cliente.</p> <p>Análisis de Datos y Feedback Usando inteligencia artificial y analítica de datos para recopilar y analizar información del viaje de compra de los clientes, identificando patrones y áreas de mejora.</p> <p>Control de Calidad de Productos realizando inspecciones y pruebas regulares de productos en todas las etapas, desde la recepción de materias primas hasta el producto final en las tiendas. Esto incluye pruebas de rendimiento, durabilidad y seguridad.</p>
Monitoreo de Devoluciones y Reclamaciones				
Preocupación del consumidor	<p>Número de incidentes de seguridad reportados en períodos específicos.</p>	<p>¿Cómo se garantiza la protección de datos y la privacidad de los clientes?</p>	<p>Área administrativa Gerentes de tienda, gerentes de departamento, directores área.</p>	<p>Para garantizar la protección de datos y la privacidad de los clientes, SODIMAC se tienen las siguientes acciones:</p> <p>Política clara de privacidad que detalle cómo se recopilan, usan, almacenan y protegen los datos personales de los clientes.</p> <p>Cumpliendo leyes y regulaciones locales e internacionales de protección de datos, como el Reglamento General de Protección de Datos (GDPR) de la UE o la Ley de Protección de Datos Personales en Colombia.</p>

---

Utilizando tecnologías de seguridad avanzadas como cifrado, firewalls, y sistemas de detección de intrusiones para proteger los datos contra accesos no autorizados y ciberataques.

Participación y desarrollo de la comunidad	Número de viviendas construidas, personas capacitadas, y empleados incluidos laboralmente	¿Qué programas tiene la empresa para contribuir al desarrollo comunitario local?	Área administrativa Gerentes de tienda, gerentes de departamento, directores área.	SODIMAC ha implementado una estrategia integral llamada "Mejoramiento del Hábitat" para contribuir al desarrollo de las comunidades locales. Esta estrategia incluye diversos programas y proyectos enfocados en mejorar la infraestructura y el entorno social en comunidades cercanas a sus centros de trabajo.
				Mejoramiento de Infraestructura Comunitaria en áreas vulnerables, incluyendo la construcción y renovación de viviendas, centros comunitarios, escuelas y otras instalaciones esenciales.
				SODIMAC realizó proyectos de mejora en la Fundación para el Anciano Abandonado en Cali y la construcción de viviendas para familias en Puerto Colombia, Atlántico.

---

Participación y desarrollo de la comunidad	Indicador: Diversidad de los grupos demográficos y actores comunitarios involucrados.	¿Cómo se identifican y priorizan los requerimientos de la comunidad en los programas de desarrollo comunitario?	Área administrativa Gerentes de tienda, gerentes de departamento, directores de área.	En SODIMAC, la identificación y priorización de las necesidades de la comunidad en los programas de desarrollo comunitario se llevan a cabo mediante un enfoque estructurado y participativo que incluye metodologías como son Encuestas Comunitarias para identificar las necesidades básicas de las comunidades cercanas a sus centros de trabajo. Reuniones con Líderes Locales: Para discutir los hallazgos de las encuestas y ajustar las prioridades según el feedback recibido. Evaluación del Impacto, considerando los recursos disponibles y el potencial impacto de las iniciativas propuestas. Desarrollo del plan de acción: Con metas claras y cronogramas de implementación.
--	--	---	--	---

*Nota.* En esta tabla se detallan los indicadores utilizados para evaluar estas materias, las preguntas específicas formuladas para obtener datos relevantes y los instrumentos y poblaciones objeto de estudio empleados en la recolección de información.

## **Interpretación de los Resultados**

### ***Gobernabilidad de las Organizaciones***

**Transparencia en la Toma de Decisiones.** La empresa Sodimac ha implementado diversas estrategias para asegurar la transparencia en sus procesos decisionales, incluyendo la realización de encuestas trimestrales a empleados y clientes, la creación de comités de trabajo con representantes clave y la publicación de boletines mensuales y reuniones informativas. Estas medidas aseguran que las decisiones estratégicas sean conocidas y comprendidas por todas las partes interesadas, lo cual es un aspecto crucial en la gobernabilidad de las organizaciones.

**Participación de las partes Interesadas.** La inclusión de empleados, proveedores y otros actores clave en comités de trabajo y la realización de encuestas para recopilar opiniones y sugerencias reflejan un alto nivel de participación de las partes interesadas. Este enfoque no solo mejora la toma de decisiones, sino que también fortalece la relación entre la empresa y sus stakeholders.

**Comunicación Transparente.** La empresa mantiene un portal de transparencia y organiza reuniones informativas y boletines mensuales para comunicar decisiones importantes y cambios en políticas. Esta práctica garantiza que la información relevante esté accesible y clara para todos los interesados, promoviendo la confianza y la colaboración.

**Auditorías Internas.** Las auditorías internas realizadas cada seis meses y la publicación de sus resultados en el sitio web corporativo demuestran un compromiso con la transparencia y la mejora continua. Estos esfuerzos ayudan a identificar áreas de mejora y asegurar que las prácticas de la empresa estén alineadas con sus objetivos de gobernabilidad.

**Acceso a Información.** Los empleados tienen acceso a un sistema de gestión de información donde pueden consultar datos clave y documentos relevantes. Este acceso

garantiza que todos los miembros de la organización estén bien informados y puedan participar de manera efectiva en los procesos de toma de decisiones.

***Derechos Humanos Igualdad de Oportunidades:***

SODIMAC implementa medidas claras para garantizar la igualdad de oportunidades en el lugar de trabajo. La empresa se asegura de que no haya discriminación en la contratación, promoción y desarrollo de sus empleados, lo cual es fundamental para fomentar un ambiente de trabajo inclusivo y diverso.

**Prevención de Discriminación e Inclusión.** La empresa toma acciones específicas para prevenir la discriminación y promover la inclusión. Estas acciones incluyen políticas claras contra la discriminación, programas de capacitación sobre diversidad e inclusión, y la promoción de un ambiente de respeto y tolerancia. Estas medidas son cruciales para mantener un entorno laboral justo y equitativo.

**Prácticas Laborales Mecanismos de PQR.** En Sodimac, se implementan varios mecanismos para recibir y gestionar las sugerencias y quejas de los empleados, especialmente en temas de género. Estos incluyen: Mesa de diálogo de diversidad e inclusión, comité de ética, comité de convivencia laboral, línea ética para colaboradores/as, línea de atención a proveedores, recepción de quejas y reclamos en centros de servicio.

Estos mecanismos están diseñados para ser legítimos, accesibles y con procedimientos de actuación claros y conocidos. Esto refleja un compromiso por parte de Sodimac para mantener un entorno laboral inclusivo, ético y respetuoso, donde las preocupaciones de los empleados son atendidas de manera eficiente y justa.

**Actividades de Integración.** La empresa Sodimac organiza diversas actividades de integración para sus empleados, con el objetivo de promover un ambiente de trabajo inclusivo, colaborativo y motivador. Estas actividades incluyen: Jornadas de integración - día de la familia - fiestas de fin de año - programa de bienestar - semana de la diversidad.

Estas actividades muestran el compromiso de Sodimac con la creación de un entorno laboral positivo y de apoyo, donde se valora y celebra la diversidad, además de promoverse el bienestar de los empleados y sus familias.

### ***Medioambiente Control de Emisiones***

La empresa Sodimac identifica y controla las emisiones de contaminantes del aire, agua y suelo. Esto incluye la reducción de emisiones de gases de efecto invernadero y otros contaminantes. Dichas acciones no solo promueven el cuidado medio ambiental, sino que genera una buena imagen y confianza de manera exterior para con clientes y proveedores.

La implementación nuevas tecnologías permite que la empresa se posicione como entidad amigable con el medio ambiente en cuanto a su aporte al impacto ambiental.

**Uso Sostenible de Recursos.** Mediante varias estrategias Sodimac optimiza el uso de recursos naturales como el agua, energía, materias primas; promoviendo la eficiencia y reducción del consumo, con ello no solo contribuye a la protección del medio ambiente, sino obtiene ventajas económicas y mejora su competitividad; así mismo, refleja un compromiso continuo con la mejora y la innovación.

La minimización de residuos permite una reducción significativa de contaminación y promueve la preservación de recursos naturales.

Mediante esa variable y su incidencia la empresa Sodimac no solo mejora su imagen pública, sino que atrae más consumidores y proveedores; fomenta una cultura de sostenibilidad dentro y fuera de la organización y contribuye al bienestar de las generaciones actuales y las futuras.

### ***Prácticas Operativas Justas Equidad y Transparencia***

La empresa Sodimac implementa principios de equidad y transparencia lo cual fortalece la base operativa y estratégica de la organización, adaptando políticas claras, monitoreando su implementación y manteniendo un compromiso constante no solo tiene

beneficios a nivel interno sino también a nivel externo, pues esto genera un buen clima laboral, confianza de los empleados hacia el empleador, respeto mutuo, aumento de la motivación y el compromiso de los empleados y proveedores.

**Sostenibilidad en Selección de Proveedores.** Para garantizar que Sodimac sean una empresa ética y responsable se implementan estrategias a la hora de selección de proveedores; esto no solo minimiza el impacto ambiental, sino que mejora de manera significativa la responsabilidad social y fortalece la reputación de la empresa.

La selección de proveedores mediante los criterios adecuados (medioambientales, sociales, culturales) permite que desarrollar mejores alianzas a largo plazo, fortaleciendo la cadena de suministro y, así mismo, aseguran que sus proveedores contribuyan positivamente a los objetivos de sostenibilidad.

#### ***Preocupaciones del Consumidor Gestión de Calidad de los Productos o Servicios***

Sodimac emplea una combinación de métodos proactivos y reactivos para medir y gestionar la calidad de sus productos y servicios. Utilizar encuestas de satisfacción, análisis de datos e inteligencia artificial, inspecciones regulares y monitoreo de devoluciones permite a la empresa mantener altos estándares de calidad y responder rápidamente a cualquier problema que pueda surgir. Esta estrategia integral refuerza la reputación de SODIMAC como una empresa comprometida con la calidad y la satisfacción del cliente.

**Protección de Datos y Privacidad.** La empresa Sodimac garantiza la protección de datos y la privacidad de los clientes mediante una combinación de políticas claras, cumplimiento de regulaciones y uso de tecnologías de seguridad avanzadas. Estas acciones reflejan un enfoque integral para la gestión de la privacidad y la seguridad de la información, demostrando el compromiso de la empresa con la protección de los datos personales de sus clientes. Este enfoque no solo protege a los clientes, sino que también fortalece la reputación

de SODIMAC como una empresa confiable y responsable en el manejo de información sensible.

### ***Participación y Desarrollo de la Comunidad Programas para el Desarrollo***

La empresa demuestra un compromiso genuino con el desarrollo de las comunidades locales a través de su estrategia "Mejoramiento del Hábitat" y los programas implementados dentro de esta estrategia. Estos esfuerzos no solo tienen un impacto tangible en la infraestructura y el entorno social de las comunidades, sino que también refuerzan la imagen de Sodimac como una empresa socialmente responsable y comprometida con el bienestar de las personas que sirve.

**Programas de Desarrollo Comunitario.** En Sodimac, se utilizan métodos como encuestas comunitarias y reuniones con líderes locales para entender las necesidades de las comunidades cercanas a sus operaciones. Luego, se evalúa el impacto y se desarrolla un plan de acción con metas claras y tiempos de implementación. Esto asegura que los programas de desarrollo comunitario estén basados en las necesidades reales y sean efectivos.

## **Análisis Diagnóstico de la ISO 26000: Estrategias para la Satisfacción y compromiso de los Grupos de Interés en SODIMAC**

### **Identificación del Problema Central**

La empresa Sodimac ha tomado importantes pasos para alinearse con la norma ISO 26000, norma que proporciona directrices sobre responsabilidad social. No obstante, a través de un análisis detallado de la implementación en diversas áreas, se identificó una problemática central que dificulta el pleno aprovechamiento de esta norma: la falta de transparencia en la toma de decisiones y la comunicación interna.

#### Proceso de identificación del problema

Gobernabilidad de las organizaciones: transparencia en la toma de decisiones, aunque Sodimac ha implementado mecanismos como encuestas trimestrales y boletines informativos, los resultados revelaron una insuficiencia en la percepción de transparencia por parte de los empleados y otros stakeholders. Esto sugiere que, a pesar de las iniciativas, la comunicación y la participación no son tan efectivas como se esperaba.

Derechos humanos: igualdad de oportunidades las medidas para garantizar igualdad y prevenir discriminación son claras y bien establecidas. Sin embargo, la falta de una comunicación clara y transparente de estas políticas puede contribuir a una percepción errónea o desconfianza entre los empleados.

Prácticas laborales: mecanismos de PQR. Si bien existen múltiples canales para gestionar quejas y sugerencias, la efectividad de estos mecanismos depende de una comunicación clara sobre su existencia y uso, así como de la transparencia en la gestión de las quejas recibidas.

Medioambiente: control de emisiones y uso sostenible de recursos. La implementación de tecnologías y prácticas sostenibles es sólida. Sin embargo, la comunicación de estos esfuerzos y resultados tanto a los empleados como al público podría

ser más efectiva para mejorar la percepción y el compromiso con las iniciativas medioambientales.

Prácticas operativas justas: equidad y transparencia. La implementación de principios de equidad y transparencia necesita ser visible y entendida por todos los stakeholders. La falta de una comunicación efectiva puede llevar a percepciones de injusticia o desconfianza.

Preocupaciones del consumidor: gestión de calidad y protección de datos. A pesar de los esfuerzos en proteger los datos y gestionar la calidad de productos y servicios, una comunicación clara y efectiva sobre estas prácticas es fundamental para mantener la confianza de los consumidores.

Participación y desarrollo de la comunidad: programas de desarrollo. Los programas comunitarios son bien intencionados y efectivos, pero la falta de una comunicación adecuada puede limitar la percepción de impacto y compromiso por parte de la comunidad y los empleados.

### ***Determinación de la Falencia más Importante***

Al evaluar los niveles de implementación en cada materia, quedó claro que la falta de transparencia en la toma de decisiones y la comunicación interna es la falencia más significativa. Este problema central afecta directamente varios aspectos críticos:

Desconfianza entre empleados y la dirección, la falta de comunicación clara genera una brecha de confianza.

Baja participación en iniciativas de sostenibilidad, sin información adecuada, los empleados no se sienten motivados o involucrados.

Imagen pública deteriorada, la percepción externa de compromiso con la responsabilidad social se ve afectada por la falta de comunicación efectiva.

Reducción en la motivación y el compromiso de los empleados, los empleados desmotivados y desinformados no se sienten parte de la misión y visión de la empresa.

### ***Evaluación cuantitativa de la implementación de la norma ISO 26000***

Este análisis permite identificar de manera objetiva la principal falencia en el proceso de implementación a continuación se identifica el porcentaje de cumplimiento de las variables de las materias fundamentales de la norma ISO26000.

**Tabla 4**

#### *Porcentaje de cumplimiento Sodimac*

Área evaluada	% de cumplimiento	Observaciones clave
Gobernabilidad de las organizaciones	70%	Necesidad de mayor transparencia en la toma de decisiones.
Derechos humanos	85%	Buenas prácticas, pero falta de comunicación clara.
Prácticas laborales	65%	Mecanismos de PQR no son totalmente efectivos.
Medioambiente	90%	Buenas prácticas, comunicación externa podría mejorar.
Prácticas operativas justas	75%	Percepción de equidad necesita ser reforzada.
Preocupaciones del consumidor	80%	Protección de datos adecuada, pero falta de comunicación clara.
Participación y desarrollo de la comunidad	60%	Programas efectivos, pero la percepción de impacto es baja.

*Nota.* Esta tabla que muestra el porcentaje de cumplimiento para cada una de las áreas evaluadas basado en los hallazgos de las fases anteriores y la fase actual.

De acuerdo con los resultados presentados, se observa que la falta de transparencia y comunicación efectiva en la implementación de la norma ISO 26000 se destaca como la falencia más significativa, dado su impacto transversal en múltiples áreas clave.

#### ***Estrategias para Abordar el Problema Central***

Para solucionar esta falencia y mejorar la implementación de la norma ISO 26000, se establecieron los siguientes objetivos y estrategias:

**Mejora de la Comunicación Interna.** Implementación de políticas de comunicación transparente, desarrollar y comunicar claramente las políticas de la empresa.

Fomento de la colaboración y el diálogo abierto, crear espacios para el diálogo y la participación de los empleados.

**Fortalecimiento de la Formación Y La Capacitación.** Programas de capacitación en transparencia y ética, ofrecer formación específica sobre estos temas.

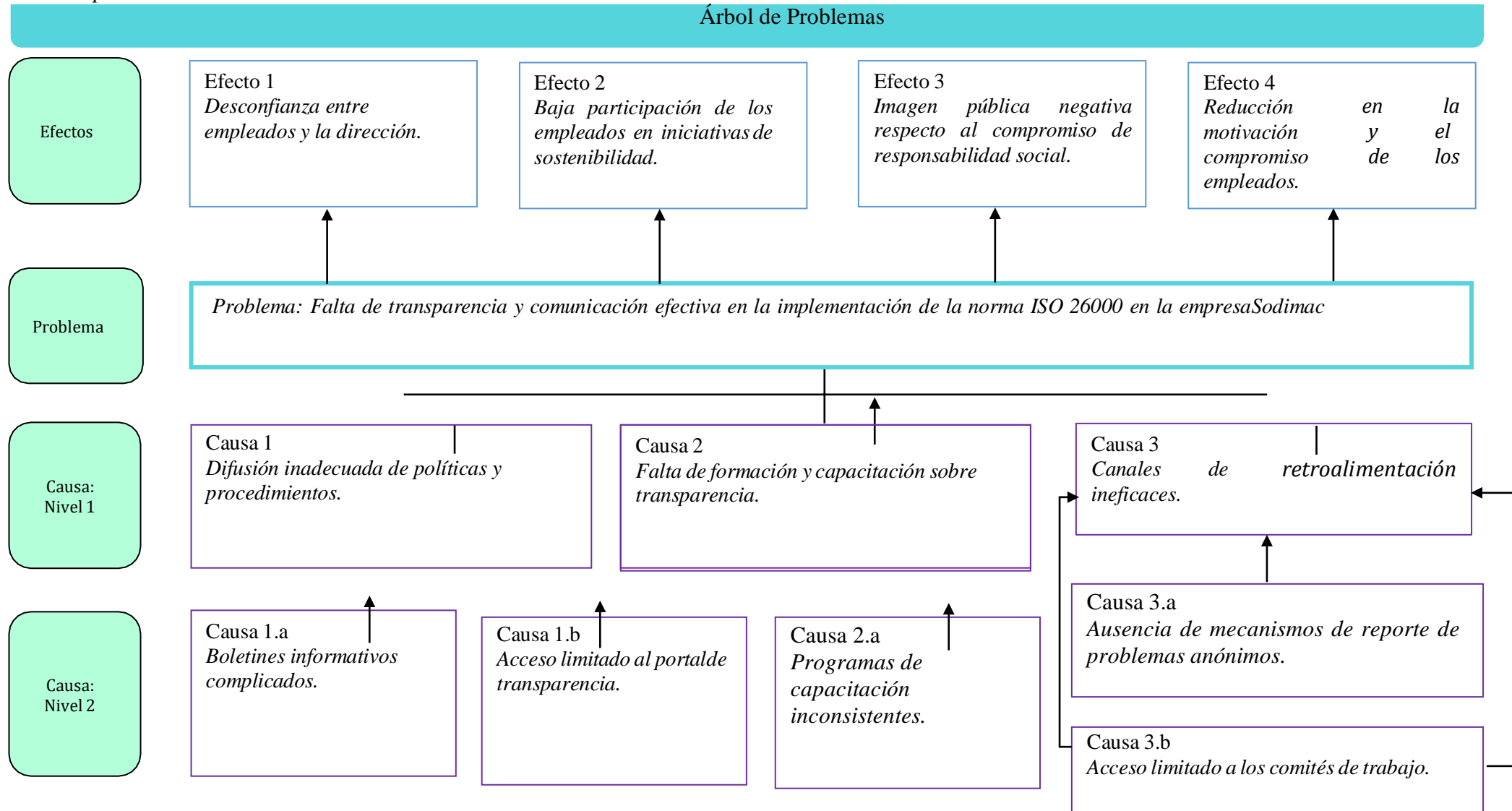
Oportunidades de desarrollo profesional, brindar capacitaciones y oportunidades de crecimiento que sean visibles y accesibles.

**Refuerzo de la Participación y el Compromiso de los Empleados.** Creación de incentivos para la participación en iniciativas de sostenibilidad, motivar a los empleados mediante reconocimientos y recompensas.

Promoción de una cultura de participación, fomentando una cultura organizacional que valore y reconozca la participación y el compromiso.

Figura 4

Árbol de problemas



Nota. En este árbol de problemas se denota el problema central que surge del análisis de las diversas áreas evaluadas en la implementación de la norma ISO 26000. Fuente: Autoría propia.

Después del análisis realizado se identifican falencias que limitan el desarrollo y sostenibilidad de la empresa, lo cual se resume en el árbol de problemas (ver ilustración 2). Este árbol ilustra las causas raíz y los efectos de la falta de transparencia en la toma de decisiones y comunicación interna

### **Identificación de Stakeholders y Análisis de Impacto**

En el marco de la implementación de la norma ISO 26000, es de vital importancia identificar a los stakeholders clave y entender cómo la falencia identificada impacta en cada uno de ellos. A continuación, se presenta un cuadro que describe a los principales stakeholders relacionados con la organización Sodimac y el impacto del problema central en cada uno de ellos.

**Tabla 5**

*Cuadro de stakeholders*

Stakeholders	Intereses	Impacto del problema
Empleados	Bienestar laboral y desarrollo profesional	Alto
Gerentes de tienda	Resultados operativos y satisfacción del equipo	Alto
Gerentes de departamento	Eficiencia operativa y cumplimiento de objetivos	Alto
Directores de área	Estrategia y resultados financieros	Alto
Clientes	Calidad de productos y servicios, ética empresarial	Medio
Proveedores	Relación comercial, estabilidad de contratos	Medio
Comunidad local	Desarrollo comunitario, impacto ambiental	Medio
Accionistas	Rentabilidad y reputación corporativa	Alto

*Nota.* Cuadro de Stakeholders relacionados con el problema central de falta de transparencia y comunicación efectiva en la implementación de la norma ISO 26000 en Sodimac.

El problema central de falta de transparencia y comunicación efectiva en la implementación de la norma ISO 26000 en Sodimac tiene un impacto significativo en diversos stakeholders, afectando su percepción, confianza y relación con la empresa. Es

crucial abordar esta falencia para mejorar la efectividad de las políticas de RSE y asegurar un compromiso sólido con todos los grupos de interés, lo que en última instancia contribuirá a la sostenibilidad y reputación de la organización.

**Empleados.** Intereses: Los empleados están interesados en un ambiente laboral saludable, en oportunidades de desarrollo profesional y en una comunicación transparente y efectiva que les permita entender y alinearse con las políticas de la empresa.

Impacto del Problema: Alto: La falta de transparencia y comunicación efectiva en la implementación de la norma ISO 26000 afecta significativamente el bienestar laboral y el desarrollo profesional de los empleados. La incertidumbre y la falta de claridad pueden generar desmotivación y desconfianza hacia la dirección de la empresa.

**Gerentes de Tienda.** Intereses: Los gerentes de tienda se enfocan en los resultados operativos y en la satisfacción de su equipo, buscando que las operaciones diarias se realicen de manera eficiente y que su equipo esté motivado y comprometido.

Impacto del Problema: Alto: La falta de comunicación efectiva dificulta la gestión operativa, ya que los gerentes de tienda no reciben la información necesaria para alinear las operaciones con las políticas de RSE. Esto puede conducir a resultados operativos subóptimos y a una disminución en la satisfacción del equipo.

**Gerentes de Departamento.** Intereses: Los gerentes de departamento buscan la eficiencia operativa y el cumplimiento de los objetivos establecidos, asegurando que las políticas se implementen correctamente en su área.

Impacto del Problema: Alto: La falta de transparencia y comunicación efectiva afecta la capacidad de los gerentes de departamento para cumplir con sus objetivos, ya que no tienen una visión clara de las expectativas y los estándares de RSE a seguir.

**Directores de Área.** Intereses: Los directores de área están interesados en la estrategia general de la empresa y en los resultados financieros, buscando alinear las políticas de RSE con los objetivos estratégicos y financieros de la compañía.

Impacto del Problema:

Alto: La falta de transparencia y comunicación efectiva impide una planificación estratégica adecuada y afecta negativamente los resultados financieros, ya que no se pueden implementar correctamente las políticas de RSE que podrían mejorar la reputación y la sostenibilidad de la empresa.

**Clientes.** Intereses: Los clientes valoran la calidad de los productos y servicios, así como la ética empresarial y el compromiso de la empresa con la responsabilidad social.

Impacto del Problema:

Medio: Aunque los clientes no están directamente involucrados en la comunicación interna, la falta de transparencia puede afectar su percepción de la ética empresarial y la calidad del servicio, lo que puede reducir su confianza y lealtad hacia la marca.

**Proveedores.** Intereses: Los proveedores buscan una relación comercial estable y justa, y desean asegurar la continuidad de los contratos con la empresa.

Impacto del Problema:

Medio: La falta de transparencia en la implementación de la norma ISO 26000 puede generar incertidumbre y desconfianza en los proveedores, afectando la estabilidad de las relaciones comerciales y la percepción de equidad en los contratos.

**Comunidad Local.** Intereses: La comunidad local está interesada en el desarrollo comunitario y en el impacto ambiental de las operaciones de la empresa.

Impacto del Problema:

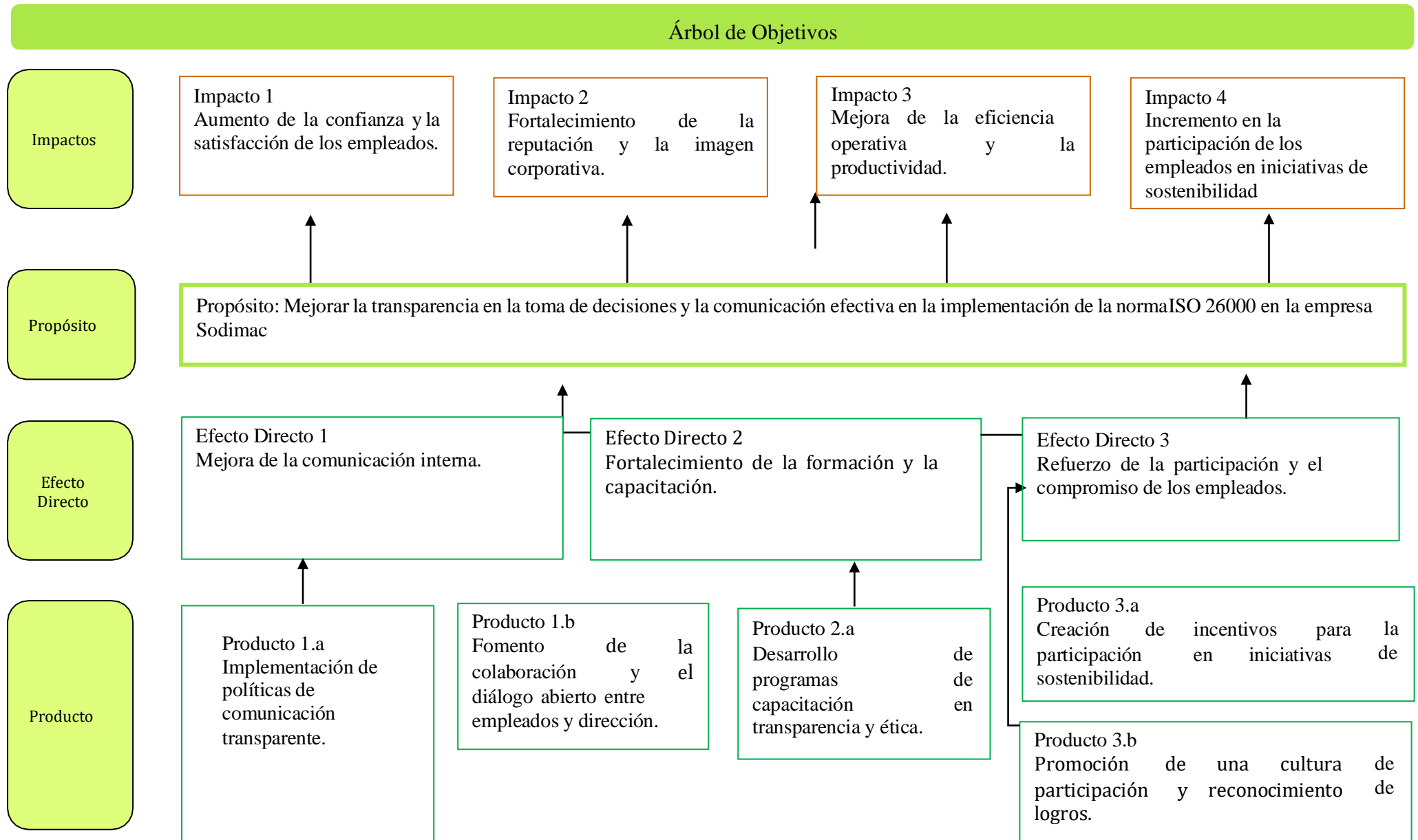
**Medio.** La falta de comunicación efectiva sobre las políticas y prácticas de RSE puede limitar la percepción del compromiso de Sodimac con el desarrollo sostenible y la responsabilidad social, afectando la relación con la comunidad.

**Accionistas.** Intereses: Los accionistas buscan rentabilidad y una buena reputación corporativa, queriendo asegurarse de que la empresa cumpla con las expectativas de responsabilidad social para mantener y aumentar el valor de sus inversiones.

**Impacto del Problema.** Alto, La falta de transparencia y comunicación efectiva puede generar preocupaciones sobre la gestión de la empresa y su compromiso con la RSE, afectando la confianza de los accionistas y potencialmente impactando negativamente la rentabilidad y el valor de las acciones.

**Figura 5**

Árbol de objetivos



*Nota.* Este árbol muestra cómo se pueden transformar los problemas en objetivos específicos y medibles que guiarán las estrategias y acciones necesarias.

*Fuente.* Autoría propia.

El árbol de objetivos anterior se construye a partir del problema central identificado en la empresa Sodimac: la falta de transparencia y comunicación efectiva en la implementación de la norma ISO 26000. A continuación, se detalla la estructura del árbol de objetivos, sus componentes y su impacto.

### **Propósito (Objetivo General)**

Mejorar la transparencia en la toma de decisiones y la comunicación efectiva en la implementación de la norma ISO 26000 en la empresa Sodimac.

Este propósito general se desglosa en varios efectos directos que abordan diferentes aspectos críticos para alcanzar el objetivo general.

### ***Efectos Directos (Objetivos Específicos)***

**Mejora de la Comunicación Interna.** Objetivo: Fortalecer la comunicación interna para asegurar que todos los empleados estén informados sobre las políticas y prácticas de RSE; Impacto: Incremento en la confianza y el compromiso de los empleados, reduciendo la brecha de información y percepción.

**Producto: Implementación de Políticas de Comunicación Transparente.** Es el desarrollo y comunicación clara de políticas que promuevan la transparencia en la toma de decisiones y en la información compartida con los empleados.

**Producto: Fomento de la Colaboración y el Diálogo Abierto Entre Empleados y Dirección.** Es la creación de espacios y mecanismos que faciliten el diálogo abierto y la colaboración entre diferentes niveles de la organización.

**Fortalecimiento de la Formación y la Capacitación.** Objetivo: Implementar programas de capacitación en transparencia, ética y prácticas de RSE.

Impacto: Mejora en la comprensión y aplicación de las políticas de RSE por parte de todos los niveles operativos, asegurando una implementación efectiva y coherente.

**Producto 2. Desarrollo de programas de capacitación en transparencia y ética.**

Es el diseño y ejecución de programas de formación continua que aborden temas de transparencia, ética y responsabilidad social, adaptados a las necesidades de los empleados.

**Refuerzo de la Participación y el Compromiso de los Empleados.** Objetivo: Fomentar la participación de los empleados en iniciativas de sostenibilidad y responsabilidad social.

Impacto Esperado: Mayor involucramiento y motivación de los empleados hacia las prácticas de RSE, creando una cultura de compromiso y responsabilidad compartida.

**Producto 3: Creación de Incentivos Para la Participación en Iniciativas de Sostenibilidad.** Establecer de sistemas de reconocimiento y recompensas que motiven a los empleados a involucrarse activamente en iniciativas de sostenibilidad.

**Producto 3.B: Promoción de una Cultura de Participación y Reconocimiento de Logros.** Fomentar de una cultura organizacional que valore la participación activa y celebre los logros individuales y colectivos en la implementación de prácticas de RSE.

La implementación de estos productos y la consecución de los efectos directos contribuirán al logro del propósito general, mejorando significativamente la transparencia y la comunicación en la empresa Sodimac. Esto no solo facilitará la implementación efectiva de la norma ISO 26000, sino que también generará impactos positivos en diversas áreas:

**Impactos económicos.** Mejora en la eficiencia operativa, reducción de riesgos legales y financieros, incremento en la satisfacción y lealtad de los clientes.

**Impactos Sociales.** Mayor compromiso y motivación de los empleados, mejora en la relación con la comunidad local, aumento en la confianza de los stakeholders.

**Impactos ambientales.** Reducción de la huella ambiental, mejora en la percepción pública de la empresa como entidad responsable, incremento en la sostenibilidad de las operaciones.

## **Mapa estratégico**

El mapa estratégico desarrollado se alinea con la misión de Sodimac y aborda de manera integral la falta de transparencia y comunicación efectiva identificada como el problema central. A través de estrategias específicas y alianzas con stakeholders clave, Sodimac puede mejorar significativamente su implementación de la norma ISO 26000, beneficiando a todos sus stakeholders y fortaleciendo su posición como líder en soluciones para el hogar y la construcción. Este enfoque no solo mejorará la percepción y el compromiso con las iniciativas de responsabilidad social, sino que también aumentará la eficiencia operativa y la satisfacción del cliente. Con el objetivo de Mejorar la transparencia en la toma de decisiones y la comunicación efectiva en la implementación de la norma ISO 26000 en la empresa Sodimac.

**Figura 6**

*Mapa estratégico*



*Nota:* Este mapa estratégico busca mejorar la transparencia en la toma de decisiones y la comunicación efectiva en la implementación de la norma ISO 26000

en la empresa Sodimac. *Fuente:* Elaboración propia.

El mapa estratégico desarrollado se alinea con la misión de Sodimac y aborda de manera integral la falta de transparencia y comunicación efectiva identificada como el problema central. A través de estrategias específicas y alianzas con stakeholders clave, Sodimac puede mejorar significativamente su implementación de la norma ISO 26000, beneficiando a todos sus stakeholders y fortaleciendo su posición como líder en soluciones para el hogar y la construcción. Este enfoque no solo mejorará la percepción y el compromiso con las iniciativas de responsabilidad social, sino que también aumentará la eficiencia operativa y la satisfacción del cliente.

### ***Perspectiva Financiera***

**Objetivo.** Aumentar la rentabilidad y la eficiencia operativa

**Estrategia de Mejora.** Implementar auditorías regulares para asegurar la transparencia y eficiencia en las operaciones, optimizar la gestión de recursos y costos a través de prácticas sostenibles.

**Alianzas con Stakeholders.** Accionistas: Asegurar una comunicación clara y regular sobre el rendimiento financiero y las iniciativas de sostenibilidad; Proveedores: Colaborar con proveedores para implementar prácticas sostenibles y transparentes.

### ***Perspectiva del Cliente***

**Objetivo.** Mejorar la satisfacción y la confianza de los clientes

**Estrategia de Mejora.** Desarrollar campañas de comunicación que destaquen los esfuerzos de responsabilidad social y sostenibilidad de Sodimac, garantizar la protección de datos y la calidad de los productos a través de una comunicación clara y efectiva.

**Alianzas con Stakeholders.** Clientes: Realizar encuestas y grupos focales para entender mejor las expectativas y preocupaciones de los clientes respecto a la transparencia y responsabilidad social; Comunidad local: Implementar programas comunitarios que se comuniquen claramente y de manera regular a través de los medios locales.

### ***Perspectiva de Procesos Internos***

**Objetivo.** Fortalecer la comunicación interna y la transparencia en la toma de decisiones.

**Estrategia de Mejora.** Implementar políticas de comunicación transparente que incluyan boletines informativos y reuniones regulares, crear espacios de diálogo y colaboración entre empleados y dirección para fomentar una cultura de transparencia, establecer un sistema claro y accesible para la gestión de quejas y sugerencias (PQR).

**Alianzas con Stakeholders.** Empleados: Crear comités de empleados para fomentar la comunicación y la transparencia interna; Gerentes de tienda y departamento: Facilitar reuniones periódicas para discutir la implementación de las políticas de transparencia y recibir retroalimentación; directores de área: Asegurar que las decisiones estratégicas se comuniquen claramente y se entiendan en todos los niveles de la organización.

### ***Perspectiva de Aprendizaje y Crecimiento***

**Objetivo.** Potenciar la formación y el compromiso de los empleados

**Estrategia de Mejora.** Desarrollar programas de capacitación continua en transparencia, ética y prácticas de RSE; Crear incentivos y reconocimiento para la participación en iniciativas de sostenibilidad y responsabilidad social; Promover una cultura organizacional que valore la participación y el compromiso de los empleados con la misión y visión de la empresa;

**Alianzas con Stakeholders.** Empleados: Ofrecer programas de desarrollo profesional y capacitación en colaboración con instituciones educativas; Proveedores: Realizar talleres conjuntos sobre prácticas sostenibles y transparentes; Comunidad local: Involucrar a la comunidad en programas educativos y de capacitación relacionados con la sostenibilidad y la responsabilidad social.

### **Plan Estratégico de RSE Basado en ISO 26000 para Trazabilidad Sostenible**

El plan de mejoramiento para la empresa Sodimac propuesto, tiene como objetivo fortalecer su compromiso con la responsabilidad social corporativa según la norma ISO 26000. A través de un análisis detallado de las prácticas actuales de la empresa, se han identificado áreas clave que requieren mejoras, incluyendo la transparencia, la comunicación interna y la participación de los empleados en iniciativas de sostenibilidad.

#### **Plan de Acción y de Seguimiento**

La tabla del plan de acción detallado a continuación presenta las estrategias específicas que se implementarán para mejorar la responsabilidad social en Sodimac, conforme a los lineamientos de la norma ISO 26000. Este plan se ha desarrollado a partir de un análisis exhaustivo de las prácticas actuales de la empresa y las áreas identificadas para el mejoramiento.

Cada acción propuesta está diseñada para abordar una necesidad específica, con objetivos claros, responsables designados y plazos definidos para asegurar una implementación efectiva. Las acciones se centran en mejorar la transparencia, optimizar la comunicación interna y externa, y fomentar una mayor participación de los empleados en iniciativas de sostenibilidad.

A través de esta tabla de plan de acción, se busca proporcionar una hoja de ruta clara y práctica que permita a Sodimac avanzar de manera significativa en su compromiso con la responsabilidad social, fortaleciendo su reputación y contribuyendo positivamente al desarrollo sostenible de las comunidades donde opera.

**Tabla 6***Plan de acción y seguimiento.*

Dimensión	Objetivo estratégico	Estrategia	Plazo	Costo	Indicador
Económica	Mejorar la eficiencia operativa y la productividad.	Implementar políticas de comunicación transparente y fomentar el diálogo abierto entre empleados y la dirección.	6 meses	\$ 700.000	Reducción en los tiempos de operación.  Mejora en la satisfacción de los empleados (medida a través de encuestas).
Social	Incrementar la participación de los empleados en iniciativas de sostenibilidad.	Fomentar el diálogo abierto entre empleados y la dirección a través de reuniones periódicas y plataformas de feedback. Crear incentivos para la participación en iniciativas de sostenibilidad y promover una cultura de participación activa. Promover una cultura de participación a través de campañas internas y talleres de sensibilización. Organizar talleres y campañas de sensibilización continua sobre la importancia de la RSE. Establecer alianzas estratégicas con ONGs y comunidades para proyectos conjuntos.	1 año	\$2.000.000	Aumento en el número de empleados participando en programas de sostenibilidad.  Medición del impacto de las iniciativas sostenibles (encuestas y reportes).

Ambiental	Reducir la huella ambiental y mejorar la percepción pública de la empresa.	<p>Mejorar la comunicación externa sobre los esfuerzos y resultados en sostenibilidad medioambiental.</p> <p>Implementar programas de reciclaje y reducción de residuos en todas las instalaciones.</p> <p>Fomentar iniciativas de innovación sostenible, involucrando a los empleados en el proceso.</p> <p>Realizar un seguimiento periódico del impacto de las iniciativas de RSE y publicar reportes anuales.</p>	6 meses	\$2.000.000	<p>Incremento en la percepción positiva de las iniciativas ambientales de la empresa (medida a través de encuestas a stakeholders).</p> <p>Reducción en la cantidad de residuos generados (medida en toneladas).</p>
-----------	--	---	---------	-------------	--

*Nota.* Este plan de acción y seguimiento está diseñado para abordar los problemas identificados en la fase de diagnóstico y para consolidar las actividades necesarias para garantizar la satisfacción de los grupos de interés. *Fuente.* Elaboración propia.

## Conclusiones

El análisis de la implementación de la norma ISO 26000 en Sodimac Corona Homecenter ha revelado importantes deficiencias en áreas clave como la transparencia y la comunicación, lo que genera desconfianza entre los empleados y stakeholders, afectando negativamente la reputación de la empresa. En un contexto donde la responsabilidad social empresarial es fundamental, estas falencias pueden resultar en desventajas competitivas significativas.

No obstante, las oportunidades de mejora son evidentes. El desarrollo de un plan de acción estratégico centrado en la comunicación efectiva y el compromiso de los grupos de interés no solo potencia el desempeño en sostenibilidad, sino que también contribuye a una mayor lealtad de los clientes y un ambiente laboral más positivo. La correcta implementación del plan mejora permite que Sodimac se posicione como un líder en sostenibilidad dentro del sector, reflejando un compromiso genuino con el bienestar social y ambiental.

## **Recomendaciones**

Para abordar las deficiencias identificadas en la implementación de la norma ISO 26000, se recomienda que Sodimac Corona Homecenter priorice la mejora de la transparencia y la comunicación interna y externa. Esto incluye establecer canales de comunicación claros y accesibles para todos los grupos de interés, fomentando un diálogo abierto que permita la retroalimentación constante.

Además, se sugiere implementar programas de capacitación y sensibilización dirigidos a los empleados, con el fin de fortalecer su participación en iniciativas de sostenibilidad y promover una cultura organizacional más inclusiva. Estos programas deben alinearse con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) para maximizar el impacto positivo de las acciones de RSE.

Finalmente, se recomienda realizar un seguimiento periódico de las iniciativas implementadas, utilizando métricas e indicadores que permitan evaluar su efectividad y realizar ajustes según sea necesario. Este enfoque proactivo no solo garantiza el cumplimiento de la norma ISO 26000, sino que también fortalece la reputación de Sodimac como una empresa comprometida con la responsabilidad social y el desarrollo sostenible.

## Referencias Bibliográficas

Alcívar, R. (2015). Modelo de gestión para el despliegue de estrategias organizacionales para empresas de clase mundial. Estudio de caso Nestlé Purina Pet Care Company (NPPC).

<https://bibliotecavirtual.unad.edu.co/login?url=http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=edsbas&AN=edsbas.F9389503&lang=es&site=eds-live&scope=site>

Bermúdez-Colina, Y., & Mejías-Acosta, A. A. (2018). Medición de la responsabilidad social empresarial: casos en pequeñas empresas Latinoamericanas. *Ingeniería Industrial*.

<https://bibliotecavirtual.unad.edu.co/login?url=https://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=edsdnp&AN=edsdnp.6676416ART&lang=es&site=eds-live&scope=site>

Bruzco, M. (2015). Pensamiento estratégico emergente en la construcción de la realidad sustentable, Sector Cacao; Estado Sucre, Venezuela. *Noesis: Revista de Ciencias Sociales y Humanidades*, 24(48), 74–99.

<https://bibliotecavirtual.unad.edu.co/login?url=https://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=edsbas&AN=edsbas.A761A71&lang=es&site=eds-live&scope=site>

Caicedo, Y. (2022). Identificación del problema en la metodología de marco lógico [Objeto Virtual de Información]. Repositorio Institucional de la UNAD.

<https://repository.unad.edu.co/handle/10596/50487>

Castka, P., & Balzarova, M. A. (2008). The impact of ISO 9000 and ISO 14000 on standardisation of social responsibility—an inside perspective. *Journal of Cleaner Production*, 16(17), 1997-2006.

CORONA, HOME CENTER SODIMAC. (2024). Responsabilidad Social Empresarial.

<https://www.homecenter.com.co/homecenter-co/mashomecenter/rs/responsabilidad-empresarial>

CORONA, SODIMAC HOMECENTER. (2024). Gobierno Corporativo.

<https://www.homecenter.com.co/homecenter-co/content/informacion-inversionistas-gobierno-corporativo/>

Cruz, G. (2006). La institucionalización de la empresa: casos de éxito de gobierno corporativo. *Universidad Anáhuac del Sur S.C.* en coedición con Editorial Miguel

Ángel Porrúa, 12-50. <https://elibro->

[net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/103050?page=12](https://net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/103050?page=12)

Da Silva, J., Pastor, A., & Pastor, J. (2014). El Uso Del Cuadro De Mando Integral Como Instrumento De Medición Para Comparar Los Modelos De Excelencia en Gestión. *Revista Ibero-Americana de Estrategia (RIAE)*, 13(4), 18–32.

<https://bibliotecavirtual.unad.edu.co/login?url=http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=buh&AN=114010442&lang=es&site=eds-live&scope=site>

Díaz, L. (2007). Responsabilidad social empresarial: Enfoque estratégico y de creación de valor.

<https://repositorio.uniandes.edu.co/bitstream/handle/1992/9814/u303403.pdf?sequence=1>

Díaz, N. (2014). Responsabilidad Social Empresarial y Creación de Valor Compartido, Sostenibilidad Gerencial. *Revista Daena (International Journal of Good Conscience)*, 9(3), 127–144.

<https://bibliotecavirtual.unad.edu.co/login?url=http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=hus&AN=116281275&lang=es&site=eds-live&scope=site>

Duque, Y., Cardona, M., & Rendón, J. (2013). Responsabilidad Social Empresarial: Teorías, índices, estándares y certificaciones. *Cuadernos de Administración*, 29(52), 196-206.

<http://www.scielo.org.co/pdf/cuadm/v29n50/v29n50a09.pdf>

Eccles, R. G. (2011). El papel del gobierno corporativo en la promoción de estrategias sostenibles. *Perspectivas de la Academia de Gestión*, 25(2), 32-42.

Elkington, J. (1997). *Caníbales con tenedor: La línea triple de los negocios del siglo 21*.

Oxford: Capstone.

Elkington, J. (1997). *Caníbales con tenedor: La línea triple de los negocios del siglo 21*.

Oxford: Capstone.

Fernández Izquierdo, M. Á. (2014). El gobierno corporativo como motor de la responsabilidad social corporativa. \*Universitat Jaume I. Servei de Comunicació i

Fernández Izquierdo, M. Á. (2014). El gobierno corporativo como motor de la responsabilidad social corporativa. *Universitat Jaume I. Servei de Comunicació i*

*Publicacions*, 18-50. <https://elibro->

[net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/53258](https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/53258)

Freeman, R. E. (1984). *Gestión Estratégica: Un Enfoque Hacia los Grupos de Interés*.

Boston: Pitman.

Fundación Ellen MacArthur. (2012). *Circular Economy*. Recuperado de

<https://www.ellenmacarthurfoundation.org/circular-economy/overview/concept-of-a-circular-economy>

Gioffreda, C. (2019). Los Pilares Del Pensamiento Estratégico: La Negociación, La Compulsión Y La Destrucción Aplicado Al Caso Argentino\*. *POSTData: Revista de Reflexión y Análisis Político*, 24(2), 331–352.

<https://bibliotecavirtual.unad.edu.co/login?url=https://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=edsdia&AN=edsdia.ART0001377019&lang=es&site=eds-live&scope=site>

González, A. (2007). Diseño de un mapa estratégico para el mejoramiento de la gestión gerencial en las pymes del sector metalmecánico del municipio de Guacara del Estado de Carabobo.

<http://www.riuc.bc.uc.edu.ve/bitstream/123456789/4342/1/agonzalez.pdf>

González, Y. (2020). Relación de las empresas de excelencia con la responsabilidad social empresarial [Formato video]. <https://repository.unad.edu.co/handle/10596/31783>

González, Y., Manzano, O., & Torres, M. (2018). Capítulo 2: Descripción de las categorías relacionadas con la responsabilidad social universitaria. *Libros Universidad Nacional Abierta y a Distancia*.

<http://hemeroteca.unad.edu.co/index.php/book/article/view/3138>

González, Y., Manzano, O., & Torres, M. (2019). Capítulo 3: Integración sistémica de las categorías dentro de un plan de responsabilidad social Universitaria. *Libros Universidad Nacional Abierta y a Distancia*.

<https://hemeroteca.unad.edu.co/index.php/book/article/view/3139>

Hawken, P. (2007). *Inquietud bendita: Cómo el movimiento más grande del mundo surgió y por qué nadie lo vio venir*. Nueva York: Viki

Hax, A., & Majluf, N. (2014). *Lecciones en estrategia: hacia una gestión de excelencia*.

Ediciones UC.

[https://bibliotecavirtual.unad.edu.co/login?url=http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=nlebk&AN=1718626&lang=es&site=eds-live&scope=site&ebv=EB&ppid=pp\\_1](https://bibliotecavirtual.unad.edu.co/login?url=http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=nlebk&AN=1718626&lang=es&site=eds-live&scope=site&ebv=EB&ppid=pp_1)

ISO (2010). *ISO 26000. Guía de responsabilidad social*.

<https://www.iso.org/obp/ui#iso:std:iso:26000:ed-1:v1:es>

ISO (2010). *ISO 26000. Guía de responsabilidad social*.

<https://www.iso.org/obp/ui#iso:std:iso:26000:ed-1:v1:es>

ISO (2010). *ISO 26000. Responsabilidad Social Visión general del proyecto*.

[https://www.iso.org/files/live/sites/isoorg/files/archive/pdf/en/iso\\_26000\\_project\\_overview-es.pdf](https://www.iso.org/files/live/sites/isoorg/files/archive/pdf/en/iso_26000_project_overview-es.pdf)

ISO (2010). *ISO 26000. Responsabilidad Social Visión general del proyecto*.

[https://www.iso.org/files/live/sites/isoorg/files/archive/pdf/en/iso\\_26000\\_project\\_overview-es.pdf](https://www.iso.org/files/live/sites/isoorg/files/archive/pdf/en/iso_26000_project_overview-es.pdf)

ISO 26000:2010. Guidance on social responsibility. *International Organization for Standardization*.

León, M., & León, R. (2018). Gestión De La Responsabilidad Social Empresarial Del Sector Alimentario Venezolano Y Ciudadanía. *Revista Orbis*, 13(39), 15–29.

<https://bibliotecavirtual.unad.edu.co/login?url=http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=a9h&AN=129587482&lang=es&site=eds-live&scope=site>

Leonard, A. (2010). *La historia de las cosas: Cómo nuestra obsesión por las cosas está arruinando el planeta, nuestras comunidades y nuestra salud —y una visión para el cambio*. Nueva York: Free Press.

Marulanda, N., & Rojas, M. (2019). Ética en Instituciones de Educación Superior para la Construcción de Relaciones de Confianza con Grupos de Interés (Stakeholders). *Información Tecnológica*, 30(3), 269–276.

<https://bibliotecavirtual.unad.edu.co/login?url=http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=zbh&AN=137284752&lang=es&site=eds-live&scope=site>

Medina, M., & Moreno, C. (2009). Diseño de un modelo de gestión de RSE a la empresa Micro Pneumatic S.A.

<https://repository.unad.edu.co/bitstream/handle/10596/1140/2009-49P-08.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Muñoz, E. (2009). Cuadro de Mando Integral (Balanced Scorecard) para la gestión bibliotecaria: pautas para una aplicación. *Investigación bibliotecológica*.

[http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0187-358X2009000200005](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0187-358X2009000200005)

Muñoz, E., & Quinteros, M. (2018). Evaluación de resultados de proyectos sociales, mediante el uso de la matriz del marco lógico, promovidos por el área de RSE del sector banca en Lima Metropolitana en el periodo 2015-2017: Estudio de caso del proyecto “Contigo en tus finanzas en aula” del Banco de Crédito del Perú.

<https://bibliotecavirtual.unad.edu.co/login?url=https://search.ebscohost.com/login.asp>

[x?direct=true&db=edsoai&AN=edsoai.on1359129293&lang=es&site=eds-live&scope=site](https://www.scielo.org/co/pdf/entra/v11n2/v11n2a06.pdf)

Ocampo, O., García, J., Ciro, L., & Forero, Y. (2015). Responsabilidad social en pequeñas empresas del sector de Alimentos y Bebidas de Caldas.

<http://www.scielo.org/co/pdf/entra/v11n2/v11n2a06.pdf>

Ortegón, G., Castrillón, O., & Ruíz, S. (2019). Los grupos de interés en la programación de producción de un sistema de manufactura “Job Shop.” *Revista EIA*, 16(32), 65–84.

<https://bibliotecavirtual.unad.edu.co/login?url=https://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=asn&AN=137635558&lang=es&site=eds-live&scope=site>

Pigé, B. (2012). La representación de la excelencia de las empresas. *Administración y Organizaciones*, 15(29), 61–78.

<https://bibliotecavirtual.unad.edu.co/login?url=https://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=fap&AN=89472258&lang=es&site=eds-live&scope=site>

Ramírez, R. I., Lay, N. D., & Sukier, H. B. (2020). Gerencia Estratégica Para La Gestión de Personas Del Sector Minero de Venezuela, Colombia y Chile. *Información Tecnológica*, 31(1), 133–140.

<https://bibliotecavirtual.unad.edu.co/login?url=https://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=asn&AN=141889816&lang=es&site=eds-live&scope=site>

Robichaud, F. (2024, abril 11). ISO 26000: 7 temas centrales de la responsabilidad social de las empresas. *Boréal*. <https://www.boreal-is.com/es/blog/responsabilidad-social-iso-26000/>

Rodríguez, Y., Cabrera, J., & Frías, B. (2018). Responsabilidad social empresarial. Camino hacia una gestión organizacional estratégica. *Folleto Gerenciales*.

<https://bibliotecavirtual.unad.edu.co/login?url=https://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=asn&AN=131500116&lang=es&site=eds-live&scope=site>

Rosso, J. W. (2018). *El gobierno corporativo: teoría y evidencia empírica*. Editorial

UPTC. <https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/131478>

Sánchez, N. (2007). El marco lógico. Metodología para la planificación,

seguimiento y evaluación de proyectos.

<https://www.redalyc.org/pdf/4655/465545876012.pdf>

Soto, D., & Soto, D. (II.). (2016). *Gobierno corporativo y ética de los negocios*. RIL

editores, 17-64. <https://elibro->

[net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/67587](https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/67587)

Tabra Ochoa, E. P. (2015). *Solidaridad y gobierno corporativo de la empresa: una*

*mirada a los organismos internacionales*. J.M. BOSCH EDITOR, 10-28.

<https://elibro->

[net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/131478](https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/131478)

Valenzuela, L., Jara, M., & Villegas, F. (2015). Prácticas de responsabilidad

social, reputación corporativa y desempeño financiero. *Revista de*

*Administração de Empresas*.

[http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0034-](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0034-)

[75902015000300329](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0034-75902015000300329)